



媒介化社会大学生偶像的颠覆与反思

□ 广西 王 辉

【摘要】：上个世纪90年代以来，随着网络传播的兴起与普及，电视选秀节目的盛行与推动，大众传播媒介塑造的各种偶像层出不穷，既娱乐了大众，也颠覆了一些社会传统价值观念，特别是对于正在走向社会化的大学生来说，产生的影响不可忽视。本文分析了媒介化社会对大学生偶像颠覆的影响和原因。同时指出，既要看到偶像颠覆的重要价值，也要注重对大学生的媒介素养教育，引导他们树立健康的偶像崇拜观。

【关键词】：媒介化社会 大学生 偶像颠覆 媒介素养教育

自20世纪90年代以来，特别是新世纪发展走来的十多年，随着网络传播的兴起与普及、电视选秀节目的全民狂欢，媒介化社会的快速发展，一时间，大众传播媒介塑造的各种偶像你方唱罢我登场，令人眼花缭乱，目不暇接，既娱乐了大众，也颠覆了社会传统的一些价值观念，特别是对于正在走向社会化的大学生来说，产生的影响不可忽视。

媒介化社会与大学生偶像颠覆

改革开放30多年来，如果说上个世纪80年

代是一个英雄年代，90年代是一个偶像时代，那么21世纪以来则可以看作是偶像颠覆的时代。近十多年来，以大学生为代表的青少年偶像颠覆与媒介化社会发展的背景分不开。2004年，中国传播学会(CAC)等在云南丽江召开了主题为“媒介化社会：现状与趋势”的论坛，其中媒介化社会这一提法是“对当今世界大众传媒飞速发展、新媒介不断涌现，媒介在社会生活中逐渐发挥着不可取代的作用这一现状的概括。”^①至此，“媒介化社会”在我国成为关注媒介发展与社会互动的一个重要视角。

一般认为，媒介化社会肇始于19世纪30年代的美国大众化报刊时期，但是直到上个世纪50年代，世界进入电视传播时代，媒介对社会的影响还是很有限。但到了90年代，随着传播技术的发展，网络传播的兴起，媒介化社会得以加速发展。进入21世纪，随着“今天你博客了吗”成为年轻网民的流行语，接着微博、微信等更加便捷的互动交流，出人意料的创意、跳跃性的思维、善意而智慧的调侃、个性化的语言更是在网络世界所向披靡，不断创造新的网络神话。同时，伴随着网络传播而来的“全民造星运动”让人眼花缭乱，媒介影响力对社会全方位渗透。现在，人们更多地是通过大众传播媒介建构的“拟态环境”来认识和了解生活的现实世界，并用来指导工作和生活。我们已进入到了一个媒介化社会。有学者认为，媒介化社会从其



本质上意味着人的媒介化。换句话说,媒介化社会中的每个人都是在大众传播媒介深刻影响下的“媒介人”,“对于生活在媒介化社会中的人来说,不仅对于世界的想象主要由媒介来构建,其思维方式、个体意识也烙上了媒介化的烙印”。^②

大学生作为社会青年的中坚力量,在其社会化成长过程中,大众传播媒介正发挥越来越重要的作用。一方面,大众传播媒介已是大学生社会化成长的重要途径;另一方面,大众媒介所传播的各种角色往往也是大学生社会化成长过程中的重要学习模仿对象。在传统的印刷传播时代,大众传播媒介所塑造的雷锋、张海迪等典型人物形象是大学生重要的学习榜样,成为几代大学生心目中崇拜的偶像。但是到了电子传播时代特别是网络传播的兴起与普及,随着生产社会向消费社会的转变,精英文化向大众文化的转型,大众传播媒介所塑造的偶像也逐渐颠覆了过去大学生崇拜的偶像形象。2005年可谓是大学生偶像颠覆的重要转折点。当年,在电视选秀节目《超级女声》脱颖而出的李宇春、张靓颖等迅速成为青年大学生追捧的对象,加上在此前后网络媒体炒作出来的芙蓉姐姐、水仙妹妹、红衣教主、后宿舍男孩等网络红人,一时成为大学生们热烈追捧的偶像,而雷锋、张海迪等这些昔日的偶像渐行渐远。在这场电视选秀节目与网络传播炒作共谋的“全民造星”运动中,颠覆了大学生心目中传统的偶像形象,从而形成了其独特反精英、反智慧、反美学的“三反”媒介传播话语。

媒介化社会大学生偶像颠覆的原因

偶像崇拜是人类社会普遍的文化心理现象,有其深刻的社会原因和心理因素。青年大学生在社会化成长过程中,喜欢树立自己学习的榜样,进而比较容易发展成为崇拜的偶像。而在媒介化社会发展的今天,大学生崇拜的偶像往往来源于大众传播媒体的建构。目前,网络和电视是大学生获取信息的主要媒介,近十多年来,大学生偶像颠覆也主要和网络传播推动、电视选秀节目造星等影响有关。

(一)网络满足大学生偶像颠覆叛逆心理

长期以来,我国传统媒体不断塑造各种典型人物形象,并期望这些典型人物能够成为社会大众尤其是青年大学生学习的榜样,但是,当传统的偶像文化被大众传播推到极致时,很多人尤其是本来就普遍存有逆反心理的青年大学生很容易产生审美疲劳,从而有意识地颠覆传统、告别英雄、

躲避崇高。上个世纪90年代早期,罗大佑、崔健以“愤怒青年”的形象对现实社会发出了批判的声音,表达对时代的清醒思考,已成为大学生心目中的偶像。90年代中期以后,社会文化进入了一个颠覆传统与精英主义、“无厘头”盛行的时代。当时,周星驰和王朔是叛逆的典型代表,他们嘲弄正统、调侃权威的游戏态度使其成为大学生心目中新的偶像。2000年前后兴起的网络传播正好为青年大学生提供了绝佳的颠覆传统偶像、追捧“平民偶像”的传播渠道。随着网络传播的发展,木子美、芙蓉姐姐、石榴哥哥等一时成为网络红人,也成了青年大学生热烈追捧崇拜的平民偶像。网络传播对于大学生偶像颠覆来说,可以说是带来了一场“革命性”的变化与影响。“因为网络为草根崇拜者们提供了许许多多丰富多彩的个性化空间,供不同的粉丝团体集结、交流感情与传播信息。”^③网络成为平民偶像崇拜不可或缺的媒体与工具,这是一个神话般的造就网络红星的年代。从开始之初的贴吧、QQ群到后来的博客、微博、微信等,不断发展的信息传播方式增加了粉丝之间的互动性传播,网络传播也在不知不觉中悄悄地构建了“平民偶像”流行的新时代。

(二)电视选秀节目推动平民偶像崇拜

2005年前后,以湖南卫视《超级女声》为代表的选秀节目异军突起,盛极一时,中国电视荧屏掀起了全民狂欢的电视选秀热潮。有人认为,《超级女声》与其说是一个电视赛事,不如说更像一场电视行为艺术。它预示着一种社会平民力量的崛起。在平民选秀舞台上产生的“民星”就成为一种新类型的偶像——平民偶像的代表。^④早期,电视选秀节目从海选开始借助电视、报刊等传统媒体进行宣传造势,而随着网络的介入则充分体现了这个声势浩大的草根娱乐盛事的全民参与性质。网络传播的推动也为草根的偶像崇拜提供了尽情发挥的舞台,总之,两者的互动推动了中国平民偶像崇拜的新时代到来。对青年大学生社会化成长来说,从精英偶像到平民偶像的颠覆,本质上更是社会草根文化和偶像世俗化的崛起。

偶像崇拜根本上是社会文化的产物。从过去“高、大、全”的英雄模范、完美的电影电视明星偶像到后来平民偶像的崛起,主要与社会文化的变迁密切相关。在我国主流文化中,过去精英文化一直以其独特的优势引导着社会文化的发展,但随着商品经济的发展和大众传播媒介的繁荣,特别是电视进入老百姓普通家庭,以及网络的兴起和普及,精英文化因阳春白雪而导致的曲高和寡问

题越来越凸显。同时,占人口绝大多数的草根阶层有条件也很渴望参与到文化的创造与享受中,传统占主流的精英文化越来越受到草根文化的冲击与挑战,《超级女声》的火爆从根本上说就是草根文化的胜利。包括大学生在内的草根通过互联网抢夺了先前被精英垄断的话语权,并通过网络传播、手机民选等,从精英评委那里夺回遴选“超女”的权力,按照自己的要求来建构偶像。从周星驰的反传统“大话”,经过芙蓉姐姐的S型曲线,到“超女”的青春狂欢,都在反映中国精英文化垄断的时代已经逐渐被颠覆,包括大学生在内的草根正按照自己的想法来树立不同于以往精英文化塑造的偶像。

“在神话已经失去力量的后乌托邦的时代,明星取代了神灵的地位而成为世俗的乌托邦的新神。”大学生喜欢热烈追捧“明星”本身也是一种世俗化的偶像崇拜。人类的崇拜偶像从过去的神灵到后来的英雄模范,再到现在草根“明星”的变迁过程,是一个由崇拜幻想对象到崇拜人自身的转变,这表明了人类正在逐渐更多认识自己以及对于人类自身价值的肯定,也反映了人类崇拜心理越来越接地气的世俗现实。大学生偶像颠覆后崇拜的平民偶像通过展示普通人的成功来证明草根群体的价值,体现出偶像崇拜的进一步世俗化。相比那些大明星,大学生偶像颠覆后对“明星”的崇拜更接近于“自我欣赏”,与平民偶像的接近性意味着大学生感受到自我价值实现的可能性。从当前大众传播媒介报道来看,传统精英文化塑造的“偶像”正不断从高高在上的神坛走下来,比如近两年媒体对偶像“雷锋”的报道,正不断剥掉那些过去掩盖的神秘而又迷离的面孔,更有了一种去魅化的倾向。而大学生颠覆后的平民偶像离人们的现实存在和日常生活越来越近,已成为他们生活中不可或缺的一部分。

媒介化社会大学偶像颠覆的反思

当传统的正统“偶像”被传播推到极致时,往往物极必反,网络传播的发展、电视选秀节目的盛行等正好提供了大学生内心情绪发泄表达的渠道,“偶像颠覆”应运而生。这种偶像颠覆的重要价值就是给大学生带来狂欢。在过去传统媒介单向度传播时代,社会闪光点、行业的典型再加上各种形式的报道与宣传,媒介塑造的“典型”很容易渗透为全民的“偶像”。包括大学生在内的民众通过大众媒介在“偶像”身上看到的,往往都是精神和道德上的神圣光环。但随着网络传播的兴起和普及

改变了过去信息闭塞的媒介生态,让过去戴着神圣光环的“偶像”多方面呈现在受众面前。众多偶像的颠覆使大学生的“偶像崇拜”也发生了颠覆性变化。“神圣性开始消散,‘利益的综合体’成为大学生对偶像新的解读,甚至加入到大众媒介所掀起的反偶像的狂欢中”。^⑤因此,从某种意义上说,在大学生偶像颠覆的时代,开心娱乐是重要的主题。

伴随2005年中国电视选秀节目的轰动,2006年初,一段名为《一个馒头引发的血案》的恶搞视频突然在网上蹿红,从此开启了网络恶搞视频的先河,也成为大学生偶像颠覆传播的重要载体。比胡戈的“馒头”更有杀伤力的是网络中充斥的为数不少的恶搞红色经典短片,历史的崇高和英雄的伟岸在瞬间变得面目全非,这样的恶搞短片为了追求一时的商业利益,将“恶搞”染上反文化的恶俗,以社会和人文精神的沦丧为代价,不惜走向庸俗与媚俗,消解英雄、解构崇高。类似这样的网络视频制作者以及短片塑造的典型形象往往也很容易成为大学生追捧的偶像,它将会对大学生社会化成长产生怎样的影响,不得不令人警惕。在网络传播、电视选秀节目等推动下,大学生的偶像崇拜已出现不可避免的颠覆,但新的偶像大多也是由媒介建构出来的,大学生群体作为伴随大众媒介发展而成长起来的一代,偶像崇拜所陷入的误区很大程度上也是由于其媒介素养的匮乏而导致的,因此,要想对大学生进行正确引导,也必须借助于媒介素养教育来实现这一目标。当然,针对大学生的偶像颠覆媒介素养教育,也需要通过学校、家庭、媒体以及其他社会力量的共同努力,帮助大学生树立正确健康的偶像崇拜观。■

(作者为广西大学新闻传播学院教师,厦门大学传播学博士生。本文为教育部人文社会科学研究项目“从偶像丧失到角色颠覆——媒介化社会大学生对媒介角色认知与评价的社会学解读”<项目批准号09YJC860009>的阶段性成果)

参考文献:

- ①李双龙、王婷婷:《媒介化社会:现状与趋势——“2004 中国传播学论坛”综述》,《新闻大学》2004 年 4 期。
- ②孟建、赵元珂:《媒介融合:粘聚并造就新型的媒介化社会》,《国际新闻界》2006 年 7 期。
- ③④郑欣等著:《平民偶像崇拜——电视选秀节目的传播社会学研究》,中国传媒大学出版社 2008 年。
- ⑤刘晓慧:《从偶像到明星:媒介角色与大学生虚拟社会化》,《传媒观察》2012 年 9 期。